

Aanvraag voor ontwikkeling en implementatie

'Deltaplan 2019'

voor het betrekken van jongens en mannen
bij het voorkomen van geweld tegen
meisjes en vrouwen



kennis en aanpak van
sociale vraagstukken

DOFTANK
PEER


Emancipator
voor mannen en emancipatie


Rutgers

Kenniscentrum
seksualiteit

'Met onze opvoeding doen we jongens zeer tekort. We verstikken de menselijkheid in jongens. We definiëren mannelijkheid op een zéér smalle manier. Mannelijkheid is een rigide, kleine kooi, waarin we jongens stoppen. We leren jongens bang te zijn voor angst, voor zwakte, voor kwetsbaarheid. We leren hun hun ware ik te maskeren omdat ze (...) een 'harde man' moeten zijn.' (Adichie, 2016)

Inleiding

Fysieke en seksueel geweld tegen vrouwen is een groot en alom aanwezig probleem in onze maatschappij. De omvang daarvan werd tijdens de #MeToo campagne zichtbaar, de achterliggende cijfers waren al langer bekend (FRA, 2014; Van Berlo & Twisk, 2017). Veel aandacht gaat terecht uit naar de (potentiële) slachtoffers, voor wie er programma's zijn die hen weerbaarder moeten maken. Daarnaast is een focus op de plegers nodig als wij het geweld willen terugdringen. Een preventieve aanpak, maar hoe weet je nou wie de plegers gaan worden?

In de cijfers over geweld valt één ding op: in het overgrote merendeel van de gevallen wordt geweld gepleegd door mannen. Mannen leren in onze maatschappij dat geweld een legitiem middel is om te bereiken wat ze willen, dat ze in staat en bereid moeten zijn om geweld te gebruiken en vooral dat ze niet vrouwelijk mogen zijn: mannen moeten sterk en stoer zijn en niet onzeker of kwetsbaar.

Dit maakt van geweld een mannenprobleem en een mannelijkheidsprobleem. Het is daarom vanzelfsprekend om bij mannen te beginnen om geweld te voorkomen. Hoewel het overgrote deel van de geweldsplegers man is, is het overgrote deel van de mannen geen pleger, en juist het potentieel van deze laatste groep kan en moet worden benut om geweld te voorkomen. Het uitgangspunt van dit visiedocument en het te ontwikkelen Deltaplan is dan ook dat jongens en mannen betrokken moeten worden bij het voorkomen van geweld tegen meisjes en vrouwen.

Deltaplan

Mannelijkheid is een complex en gevoelig onderwerp. En het is impliciet de norm. De successen van het emancipatiebeleid blijken een negatieve reactie op te roepen: sommige mannen voelen zich bedreigd en roepen op tot meer of 'echte' mannelijkheid.

Dat kan. Mannelijkheid is veelvormig. Maar de vraag is: mogen mannen er ook níet voor kiezen? Mogen ze ook niet aan de norm voldoen? Hoe vrij zijn mannen om echt zichzelf te zijn? Krijgen zij de ruimte om op te staan als deel van de oplossing? Mogen en durven zij op te staan om geweld tegen meisjes en vrouwen te voorkomen?

Gelukkig groeit er een wereldwijde beweging die jongens en mannen deel wil maken van de oplossing van het probleem van genderongelijkheid en geweld tegen meisjes en vrouwen: de MenEngage Global Alliance, waarin meer dan zeventienhonderd organisaties zich inzetten om jongens en mannen te betrekken bij emancipatie. In Nederland zijn onder andere Emancipator en Rutgers actieve MenEngage-leden.

Niettemin staat het werken met een focus op mannen in Nederland nog in de kinderschoenen. Zo zijn we in Nederland pas in 2016 gestart met de White Ribbon Campagne, die in de jaren negentig in Canada is ontstaan. Emancipator heeft hiertoe het initiatief genomen en daarin samengewerkt met Doetank PEER, Movisie, Rutgers en anderen.

Voor het duurzaam betrekken van jongens en mannen in het voorkomen van geweld tegen meisjes en vrouwen is meer nodig dan de individuele interventies, programma's en campagnes rond mannelijkheid die we nu zien. Er moet meer gebeuren: om jongens en mannen duurzaam een deel van de oplossing te maken is een bredere samenwerking nodig. Dat vraagt om een plan van aanpak, een 'Deltaplan', dat door een gendertransformatieve benadering moet zorgen voor blijvende maatschappelijke verandering. Deze moet zijn gericht op de lange termijn en uitgaan van de kracht van de bestaande organisaties, allianties, programma's, interventies en campagnes, zodat die in synergie een grotere impact hebben.

De vier initiatiefnemers – Emancipator, Doetank PEER, Movisie en Rutgers – nodigen anderen uit om deel te nemen aan dit Deltaplan. We willen gezamenlijk onderzoeken wat eenieder aan het plan kan toevoegen en hoe tegelijkertijd het samenwerkingsverband het werk van de bestaande programma's, interventies, campagnes, organisaties en allianties kan versterken. In 2019 gaan we werken aan visie en een Deltaplan voor de langere termijn en aan concrete gezamenlijke acties in de campagne van 2019.

Voorgeschiedenis

Emancipator, Rutgers, Movisie en Doetank PEER werken al sinds 2016 samen in de Nederlandse White Ribbon Campagne en ontwikkelen momenteel een plan om jongens en mannen in Nederland structureel te betrekken bij het bevorderen van gendergelijkheid en het voorkomen van geweld tegen meisjes en vrouwen. De vier organisaties hebben ieder hun sporen verdiend in het werken aan emancipatie met jongens en mannen en het voorkomen van geweld, het bevorderen van bewustwording over genderdiversiteit en het tegengaan van genderstereotypen.



Daarnaast hebben deze vier partijen hun eigen projecten, acties en interventies ontwikkeld op dit gebied. Ze hebben elk hun eigen achterban, focus, initiatieven en doelgroepen. We weten elkaar te vinden en werken op verschillende manieren samen omdat we elkaar begrijpen en allemaal op onze eigen wijze een bijdrage leveren aan dezelfde grote maatschappelijke missie. Hoewel die nooit geformaliseerd is voelen we een bondgenootschap, die de kans biedt om samen een grotere impact te hebben door samen te werken. Daarbij vragen we anderen om als bondgenoten toe te treden.

We namen een voorschot op deze lange-termijnsamenwerking door de White Ribbon Campagne 2018 gezamenlijk uit te voeren, voortbouwend op het succes – en de leerpunten – van de campagnes van afgelopen jaren. De campagne wordt in deze samenwerking versterkt door de optelsom van kennis en ervaring van de verschillende partners, hun slagkracht en hun doelgroep en achterban.

Deze samenwerking bood ons bovendien de kans om al in 2018 met elkaar in gesprek te gaan over het strategisch samenwerkingsverband voor de komende jaren. Bovendien hebben we zo de gelegenheid gehad om voorwerk te doen voor het Deltaplan, dat een gendertransformatieve¹ benadering moet behelzen voor het betrekken van jongens en mannen bij het voorkomen van geweld tegen meisjes en vrouwen. Dit Deltaplan gaan we vanaf 2019 in een breed samenwerkingsverband ontwikkelen, en daartoe worden vanuit de vier initiatiefnemers andere organisaties en allianties uitgenodigd. Eind 2018 zijn wij in gesprek gegaan met de eerste potentiële bondgenoten.

¹ Zie bijlage 3 voor een theoretisch kader voor de gendertransformatieve benadering.

Hoop

In de gesprekken over het ontwikkelen van de samenwerking is door de betrokken partijen een aantal kansen genoemd die een gezamenlijk plan van aanpak biedt:

- Door samen te werken krijgen we beter overzicht van de organisaties, initiatieven en activiteiten die er al zijn, zowel buiten als binnen de eigen organisaties, en wat ieders specifieke kracht en rol is. Hierdoor ontstaat een soort menukaart, voor onszelf en voor anderen. Ook binnen organisaties ontstaat daardoor meer samenhang en integraal beleid;
- Het samenbrengen van succesvolle, bestaande activiteiten tot een geheel kan een grotere impact hebben dan de optelsom van de delen;
- Samenwerking biedt meer mogelijkheden voor visie en aanpak op de lange termijn, en op continuïteit;
- Het onderling uitwisselen van kennis en expertise schept mogelijkheden voor innovatie;
- Een samenwerking biedt ons niet alleen de gelegenheid om één gezamenlijke boodschap naar buiten te brengen, de partners kunnen deze boodschap ook ieder op hun eigen manier delen. Daardoor worden doelgroepen vaker, door verschillende partners en op verschillende manieren met dezelfde boodschap bereikt en deze herhaling geeft extra kracht;
- Door samen te werken aan een bredere integrale aanpak kunnen we ook de overheid daarin meenemen, in het streven dat het thema ook daar breder wordt opgepakt bij verschillende ministeries;
- Samen is de lobby sterker.
- Gezamenlijk kunnen we meer mannen bij dit werk betrekken.

Toetsing

Het aangaan van een samenwerking brengt uitdagingen met zich mee, zowel in het proces als wat betreft het eindproduct. In de verschillende bijeenkomsten zijn deze bij de (potentiële) partners op gehaald. Deze input gaan we gaandeweg gebruiken om het Deltaplan aan te toetsen:

- Het geheel van de samenwerking is groter dan de som der delen van de partners.
- In de samenwerking is ruimte voor het specialisme van iedere partner, en die draagt bij aan die grotere impact.
- We streven vooral naar een strategische samenwerking.
- Waar er synergie is worden activiteiten samen uitgevoerd.
- De campagne vergroot de impact van individuele organisaties en hun activiteiten.
- De samenwerking is in het voordeel van iedere partner, zodat de investering in de samenwerking effectief is en zowel intern als naar derden verantwoord kan worden.
- Dit traject begint niet met de vraag wat we samen gaan doen maar waarom we samen willen werken en hoe.

Ontwikkeling plan van aanpak

In 2019 ligt de primaire focus van de samenwerking op een ontwikkelingstraject, dat vooral in de eerste helft van het jaar zal plaatsvinden. We ontwikkelen een plan voor een strategische lange-termijnsamenwerking, waarin we met een gendertransformatieve benadering zullen werken aan 'positive masculinities' als oplossing voor het probleem van geweld tegen meisjes en vrouwen.

Hier toe wordt een 'theory of change' ontwikkeld. Die zal deels overlappen met werkwijzen, strategieën en benaderingen die al door de partners zijn ontwikkeld, zodat we kunnen analyseren op welke manier het samenwerkingsverband kan zorgen voor een synergie en daarmee voor een grotere gezamenlijke impact en blijvende verandering in de samenleving. Tegelijkertijd laat die analyse zien hoe het samenwerkingsverband de bestaande organisaties, programma's, campagnes, interventies en allianties kan versterken door extra expertise, kennis en bondgenoten aan hen te koppelen.

Vanuit de gezamenlijke 'theory of change' wordt een plan van aanpak ontwikkeld voor de komende jaren, het zogenaamde 'Deltaplan'. In dat plan worden bestaande interventies, programma's en campagnes gecombineerd en aangevuld met nieuw te ontwikkelen onderdelen. Uit het Deltaplan volgt jaarlijks een concrete, gezamenlijk uit te voeren campagne – breed gedefinieerd als het geheel van interventies, activiteiten en uitingen die bijdragen aan het doel. Een van de in te zetten middelen daarbij is een publiekscampagne gericht op groot bereik, als onderdeel van een jaarlijkse relatief intensieve actieperiode in het najaar. In die periode voeren de individuele partijen nu al veel activiteiten uit rond het thema.

Hieronder zijn enkele bouwstenen te vinden van de uiteindelijke 'theory of change'. De verschillende organisaties en allianties werken al met een aantal van deze bouwstenen, zoals het ecomodel en de innovatietheorie.

Ecomodel

In de ecologische benadering van Bronfenbrenner (Bronfenbrenner, 1979; CDC, 2015) worden gender- en machtsrelaties op verschillende niveaus tegelijk geadresseerd. Deze benadering biedt continue impact in de samenleving op verschillende niveaus:

- Individueel niveau
- Interpersoonlijk niveau
- Instellingsniveau
- Gemeenschapsniveau
- Beleidsniveau



Op elk niveau zijn verschillende acties nodig om tot transformatie te komen. Zo zal een brede publiekscampagne kunnen zorgen voor bewustzijnsverandering op een aantal niveaus, maar voor een daadwerkelijke transformatie in het denken en handelen zijn ook andere gerichte interventies nodig. Per niveau kunnen dat zeer verschillende interventies zijn, zoals bijvoorbeeld workshops, lobby of activisme.

Voor een continue, optimale impact en een daadwerkelijk gendertransformatieve benadering moeten de krachten worden gebundeld en moet er gezamenlijk, tegelijkertijd, strategisch worden ingezet op al deze niveaus. In deze strategie worden bestaande programma's, interventies en campagnes gecombineerd, en daarmee de kracht en expertise van de partners. Daarnaast zullen er extra acties worden ontwikkeld, gericht op de niveaus en doelgroepen die we nu nog niet voldoende bereiken, of waar een extra offensief nodig is voor transformatie.

Innovatietheorie

De innovatietheorie van Rogers (2003) onderscheidt vijf stadia en daarmee vijf groepen in de verspreiding en acceptatie van een innovatie. Voor een gendertransformatieve benadering is ten eerste de veranderkracht van 'innovators' en 'early adopters' nodig. De innovators zijn 'change agents' die anderen direct of indirect beïnvloeden. De early adopters zijn de eersten om de innovatie ook toe te passen, doordat zij zich aansluiten worden ze ook 'change agents' in hun omgeving of werkveld. Dit 'sneeuwbaaleffect' leidt op den duur tot een exponentiële versnelling en acceptatie.



In het meerjarenplan combineren we het ecomodel en de innovatietheorie. We binden steeds nieuwe organisaties, allianties en individuen aan ons, en wie eerder nog bij de doelgroep hoorde kan later een bondgenoot zijn. Dit geldt binnen elk niveau van het ecomodel.

Er zijn bijvoorbeeld veel organisaties die zich richten op het probleem van geweld tegen meisjes en vrouwen, bijvoorbeeld met programma's die potentiële slachtoffers weerbaarder maken. Hoewel het terecht is dat hier veel aandacht voor is, wordt hiermee de bron van het geweld niet weggenomen. Daarom willen we de organisaties betrekken in onze gendertransformatieve benadering, zodat ook zij jongens en mannen in gaan zetten als onderdeel van de oplossing van geweld.

Op individueel niveau is het niet alleen van belang om ernaar te streven dat jongens en mannen zelf geen geweld meer gebruiken, we willen dat zij opstaan als positieve voorbeelden voor hun omgeving en zich uitspreken tegen andere jongens en mannen. Zo worden ook zij bondgenoten, bijvoorbeeld als peer educator of ambassadeur in publiekscampagnes.

Ook op beleidsniveau is het model aan de orde: met de Directie Emancipatie zetten we in op het bereiken van de andere departementen binnen het Ministerie van OCW, waarna we met OCW als bondgenoot onze boodschap kunnen uitbreiden naar de andere ministeries. Vervolgens hopen we met hen weer verder samen te werken in het verder uitrollen van de gendertransformatieve benadering in de maatschappij. Waarmee we ook de provincies en gemeenten hopen te betrekken.

Op instellingsniveau zetten we deze theorie in om zowel andere organisaties als partners te transformeren. Dat de afdeling Inclusie en Diversiteit van Movisie, bijvoorbeeld, een van de initiatiefnemers van dit plan is, betekent niet dat *alle* afdelingen gaan werken vanuit onze benadering en met onze focus. Als partners kunnen wij helpen bij dit proces. Dit geldt ook voor de andere organisaties. Ook kunnen in het plan van aanpak activiteiten worden opgenomen om juist intern te werken aan zo'n sneeuwbaaleffect, wat impact heeft op alle werkgebieden en onderwerpen van de organisatie, nationaal en zelfs internationaal.

In de praktijk blijkt de dynamiek van het innovatiemodel op elk niveau van het ecologisch model opnieuw te werken en innovators, early adapters, early majority etc. op te leveren. Ook binnen en tussen de huidige projectpartners is sprake van deze dynamiek. Steeds weer is het zaak te kijken welk 'laaghangend fruit' er is, hoe we de dynamiek een stapje verder kunnen helpen.

Deltaplan

De eerste stap in de ontwikkeling van het deltaplan is een uitgebreide analyse van de huidige situatie, gebaseerd op de expertise en ervaringen van de partners in het samenwerkingsverband. Met hen maken we op elk niveau

- een overzicht van de doelgroepen die al door de partners worden bereikt, en welke zijn geïdentificeerd maar nog niet worden bereikt;
- sociale kaarten met de usual en al geïdentificeerde unusual suspects van instellingen die als stakeholder van belang zijn, zowel als doelgroep als potentiële partner;
- een menukaart van bestaande activiteiten, interventies, programma's en campagnes;
- een S.W.O.T-analyse van het samenwerkingsverband;
- een voorzet tot te ontwikkelen acties.

Daarnaast wordt de vorm gekozen waarin de samenwerking gefaciliteerd wordt: Hoe wordt het samenwerkingsverband georganiseerd? Hoe vaak komen we bij elkaar? Wordt alles in de groep besproken of zijn er individuele sessies? Hoe nemen we ieders individuele belangen mee in de gezamenlijke planontwikkeling? Hoe komen we tot een gezamenlijke 'theory of change' en aanpak? Hoe verdelen we de taken onderling?

Uiteindelijk wordt er ook een meerjarige begroting en dekkingsplan ontwikkeld, waarvoor ook wordt gezocht buiten het traditionele emancipatiebudget. De begroting wordt gebaseerd op de gezamenlijke ambities en niet beperkt door bestaande budgetten. Omdat we juist op instellingsniveau en beleidsniveau verandering willen bewerkstelligen streven we ernaar dat particuliere en publieke instellingen hun investeringsbeleid aanpassen om de gendertransformatie te ondersteunen. Om te kunnen focussen op jongens en mannen moeten daar nieuwe budgetten en beleidslijnen voor komen, zodat we niet 'kannibaliseren' op de bestaande emancipatiebudgetten die vooreerst zijn gericht op vrouwen.

Ervaring

Binnen het samenwerkingsverband bundelen we onze krachten en expertise. Niet iedere organisatie of alliantie richt zich nu op alle niveaus, of binnen elk niveau op alle doelgroepen. Op die punten kunnen we elkaar aanvullen en versterken, waarbij we telkens weer kijken op welk niveau er extra focus nodig is en welke nieuwe partners we daarvoor eventueel gaan betrekken, of welke activiteiten daar samen voor worden ontwikkeld. Enkele voorbeelden van de activiteiten die er vanuit de initiatiefnemers al zijn, met impact op verschillende niveaus:

- **Individueel en interpersoonlijk niveau:** Can You fix It, van Rutgers / IMAGINE, van Emancipator / Ik ben van mij, van Movisie / Make a move (+), van Rutgers / Ken je Grens, van Rutgers/Haltsstraf Sexting, van Rutgers/ Alliantie Act4Respect, van Rutgers en Atria / LEFgozers van Rutgers, Movisie en Soa Aids Nederland.
- **Instellingsniveau:** Alliantie Genderdiversiteit / Alliantie Act4Respect / Verschillende programma's van Movisie
- **Gemeenschapsniveau:** Alliantie Verandering van binnenuit / White Ribbon Campagne / No nonsense happy activism, van Doetank PEER/Act4Respect
- **Beleidsniveau:** Alliantie Genderdiversiteit / lobbyactiviteiten van Rutgers

Bovenstaand overzicht is allesbehalve compleet. Zo hebben veel activiteiten een impact op meerdere niveaus en alleen al bij de vier initiatiefnemers zijn er nog veel meer activiteiten die relevant zijn voor deze samenwerking, zoals in bijlage 1 te zien is. Met de organisaties die zich verder aansluiten gaan we in het ontwikkeltraject deze analyse verder uitvoeren. Dit levert een 'menukaart' op, die het startpunt is van het Deltaplan en ook op zichzelf al een belangrijke uitkomst is omdat hij verspreid kan worden. Zo is er in 2019 voor iedereen een duidelijk overzicht van de actoren en hun activiteiten.

Deze eerste analyse heeft al laten zien dat de partners sterke eigen activiteiten hebben die ingezet kunnen worden in een strategische samenwerking en die elkaar onderling kunnen versterken.

Rutgers, Movisie, Doetank PEER en Emancipator werken in 2018 al samen in het opleiden van IMAGINE-peer educators, die ingezet kunnen worden bij de IMAGINE-workshops die Emancipator gaat geven maar ook voor andere activiteiten en campagnes interessant zijn. Zo zouden zij een rol kunnen krijgen in 'Ik ben van mij', bij 'Act4Respect' of als activist bij Doetank PEER.

Doetank PEER weet veel mensen te activeren met hun aanpak van 'no-nonsense happy activism'. Hun aanpak verlaagt de drempel om in actie te komen en om dit samen met anderen te doen. Op individueel en interpersoonlijk niveau weten zij zo mensen te activeren die ook bij andere organisaties een rol kunnen spelen, of in de activiteiten die samen worden opgezet. Verder kan deze methodiek anderen helpen in hun eigen acties.

Als we elkaars krachten, interventies, doelgroepen en netwerken goed kennen, dan kunnen we slim samenwerken. De ene partij kan een publiekscampagne doen om een onderwerp urgentie te geven, als voorbereiding op een lobby-activiteit van een andere partij. De ene partij kan buiten actievoeren, terwijl de andere partij binnen over hetzelfde thema aan de overlegtafel zit. Begin 2019 werken we dit verder uit, en brengen we de activiteiten van alle betrokken partners in kaart.

Potentiële partners en stakeholders

Tijdens de ontwikkeling van dit plan zijn er ongeveer 25 organisaties die expliciet hun interesse hebben getoond om deel te nemen in de ontwikkeling van het Deltaplan. Of zij vervolgens ook in 2019 al als partner deelnemen zal later moeten blijken.

Deze organisaties waren aanwezig bij de bijeenkomst op 16 November 2018 bij OCW, of hebben aangegeven daarbij niet aanwezig te kunnen zijn, maar wel betrokken willen worden. Dit zijn:

- Stichting Himilo
- UN Women, Safe Streets
- Sexmatters
- PEP Den Haag
- Feniks
- Atria / Act4Respect
- WO=MEN
- Mudawwanah
- Qpido
- Stichting Kezban
- Hollaback!
- SEZO Daadkr8
- GGD Haaglanden
- Dona Daria
- Boys Won't Be Boys
- Transgender Netwerk Nederland
- Doetank PEER
- Movisie
- Rutgers
- Emancipator
- Ministerie VWS
- Ministerie JenV
- Ministerie OCW

Tijdens de bijeenkomst bleek dat eenieder van hen een bijdrage wil en kan leveren aan het Deltaplan en een idee te hebben over hoe de onderlinge samenwerking hen kan versterken. Begin 2019 gaan wij met elk van deze organisaties in gesprek om dit te concretiseren. Om op basis hiervan het Deltaplan te ontwikkelen, inclusief een 'menukaart' en een eerste stakeholder scan.

Planning

Eerste helft 2019: Januari - Juni	<ul style="list-style-type: none">• Consultaties voor de ontwikkeling van het Deltaplan met de potentiële partners• Ontwikkeling van de campagne voor 2019• Betrekken nieuwe investeerders voor Deltaplan 2019 en 2020• Uitwerken Deltaplan en aanzet tot Theory of Change
Juni 2019:	<ul style="list-style-type: none">• Interne presentatie meerjarig Deltaplan• Interne presentatie menukaart• Verspreiding Deltaplan naar derden
Tweede helft 2019: Juli - December	<ul style="list-style-type: none">• Uitvoering campagne 2019• Presentatie en verspreiding menukaart• Nieuwe potentiële partners melden zich om in gesprek te gaan• Doorontwikkeling Deltaplan richting 2020 (afhankelijk van dekking)• Actief nieuwe partners benaderen (afhankelijk van dekking)• Nationaal event aan de hand van de menukaart. Markt of beurs (afhankelijk van dekking)
Heel 2019	<ul style="list-style-type: none">• Fondsenwerving voor Deltaplan en uitvoering in 2019 en 2020• Lobby, in samenwerking met OCW, om thema hoger op agenda van de minister te krijgen.• Betrekken, in samenwerking met OCW, van andere ministeries bij het Deltaplan

Doorontwikkeling Deltaplan

In 2019 gaan we niet het gehele Deltaplan ontwikkelen. We formuleren een gedeelde missie en visie en vertalen dat naar concrete acties voor 2019. Vervolgens zullen we elk jaar nieuwe concrete acties ontwikkelen op basis van een evaluatie van de uitgevoerde acties en door opnieuw de niveaus binnen het ecomodel te analyseren en in kaart te brengen wie in welke fase van de innovatietheorie valt. Doelgroepen die we hebben weten te bereiken zijn in een volgend stadium wellicht in te zetten als 'change agents' en bondgenoten binnen ons samenwerkingsverband. Zo groeit ons Deltaplan: met nieuwe partners, nieuwe doelgroepen, nieuwe kansen en nieuwe uitdagingen, waarvoor we dan wellicht ook nieuwe activiteiten en strategieën moeten ontwikkelen.

De snelheid van deze groei zal afhankelijk zijn van de hoeveelheid tijd en middelen die wij in 2019 kunnen investeren. Het zou mooi zijn om de groei van 2018 naar 2019, het betrekken van 15 tot 25 nieuwe partners, ook in de overgang van 2019 naar 2020 mogelijk is. Dit is in ieder geval onze ambitie. En hopelijk lukt het om net als in 2018 in de laatste maanden actief op zoek te gaan naar potentiële nieuwe partners.

Begroting 2019

Onze planning is ambitieus en vraagt om veel inzet, van de huidige kernleden, van de nieuwe partners die toetreden en van het ministerie van OCW om dit met ons uit te voeren. Dit vraagt ook om flinke investeringen. Daarom hebben we de begroting in twee versies toegevoegd: een minimale begroting, op basis van de beschikbare middelen bij de Directie Emancipatie van het ministerie van OCW, en een ambitieuze begroting die uitgaat van extra, externe financiering. Daarbij is het nu nog de vraag of we die op tijd en volledig gedekt kunnen krijgen, om dit alles al in 2019 uit te kunnen voeren. Tegelijk willen we daar wel op inzetten, om zo het Deltaplan een optimale start te geven. Op basis van de dekking zal voor sommige investeringen blijken of die al in 2019 mogelijk zijn, of pas in 2020 gedaan kunnen worden.

Zo zullen wij in 2019 in ieder geval de eerste versie van de menukaart maken en presenteren. Op dit moment weten we nog niet hoe deze menukaart eruit zal zien, een digitaal of papieren versie. Ook weten we nog niet hoe we die presenteren. Een van de ideeën is een markt te organiseren, vergelijkbaar met de Nationale Carrière Beurs, een evenement waar vraag en aanbod elkaar kunnen vinden. Daar kunnen de leden van het Deltaplan hun expertise, activiteiten, programma's en interventies presenteren aan stakeholders uit het onderwijs, de gemeenten, ministeries, politici, jongerenwerkers en vele anderen.

In 2018 is er € 150.000,- toegezegd, die op de volgende wijze is ingezet:

- € 50.000,- geïnvesteerd in de doorontwikkeling van White Ribbon Campagne richting Deltaplan
- € 75.000,- gezamenlijke uitvoering White Ribbon Campagne 2018
- € 25.000,- Gerelateerde organisatie en accountancy kosten

Minimale begroting ontwikkeling Deltaplan en Campagne

Minimale begroting ontwikkeling Deltaplan en Campagne		2019
Ontwikkeling Deltaplan		€ 50.000
Consultatie	Doorontwikkeling met nieuwe partners	€ 35.000
Aansturing	Stuurgroep	€ 5.000
Uitwerken Deltaplan	Concrete plan van aanpak	€ 10.000
Campagne 2019		€ 75.000
Landelijke Campagne	Gezamenlijke campagneactiviteiten	€ 45.000
Campagnefonds	Beschikbaar campagnebudget nieuwe partners	€ 22.500
Menukaart	Publicatie en presentatie van menukaart	€ 7.500
Algemene kosten		€ 25.000
Accountancy	Projectverantwoording	€ 10.000
Organisatiekosten		€ 15.000
Totaal (incl. BTW)		€ 150.000

Output

Op basis van bovenstaande begroting, oftewel op basis van de inzet die wij ten minste willen doen in 2019 is de volgende output te verwachten:

- Bijeenkomsten met 15 tot 25 nieuwe partners die in 2018 voor het eerst zijn benaderd.
- Toetreding van 15 tot 25 nieuwe partners in 2019 tot de samenwerking. Naast de huidige 4.
- Deltaplan als visie voor de komende jaren, inclusief aanzet tot Theory of Change
- Uitgewerkt meerjarig stappenplan voor doorontwikkeling Deltaplan en campagne
- Via verspreiding van Deltaplan en via campagne 2019 nieuwe potentiële partners voor het Deltaplan bereiken.
- Gezamenlijke campagne, vergelijkbaar met die van 2018
- Campagne-activiteiten van/met de nieuwe partners
- Menukaart van het aanbod binnen het samenwerkingsverband
- Trainingsweekend peer educators

Toelichting begroting

In 2019 gaan we, net als in 2018, tegelijkertijd werken aan het ontwikkelen en uitvoeren van een concrete campagne én investeren in doorontwikkeling van het deltaplan en het samenwerkingsverband daarachter.

In bovenstaande begroting zijn de kosten voor de doorontwikkeling van het eerste halve jaar opgenomen. In die periode gaan we de volgende stappen zetten met de organisaties die zich in 2018 hebben gemeld op onze oproep om mee te doen. Met sommigen zullen we individueel in gesprek gaan. Maar ook zullen we weer gezamenlijke bijeenkomsten organiseren, om zo ieders input mee te nemen in het Deltaplan.

Dit proces moet aangestuurd worden en de koers moet worden bepaald. Dit zal net als in 2018 worden gedaan door de stuurgroep, waarin Emancipator de coördinerende functie heeft. Begin 2019 zal gekeken worden welke organisaties deel worden van de stuurgroep. Wellicht dat er naast de huidige partners ook een nieuwe partner hier deel aan wil en kan nemen.

Uiteindelijk zal als rode draad in dit proces gewerkt worden aan een document, het Deltaplan. En tegelijk wordt de informatie opgehaald waarmee de menukaart ontwikkeld kan worden.

In de hele ontwikkeling is het wel een uitdaging dat we een proces met zo'n 25 partijen aangaan, terwijl de begroting niet heel veel groter is dan die van 2018. Hierbij is het de uitdaging om niet op de kwaliteit van dit proces te bezuinigen, want we willen een sterk fundament leggen onder dit nieuwe samenwerkingsverband. We zullen moeten accepteren dat sommige onderdelen wellicht pas later mogelijk zijn, in de tweede helft van 2019 wanneer er extra middelen zijn gevonden, of pas in 2020.

Hoewel de ontwikkeling in de eerste helft van het jaar een proces is, met bijeenkomsten en consultaties, zal dit in de tweede helft van 2019 niet volledig stil komen te liggen, omdat de partners elkaar in de campagne tegenkomen, activiteiten uitvoeren en zo wordt ook het samenwerkingsverband verstevigd.

In de campagne, de tweede helft van 2019, trekken we de lijn door die in 2018 is ingezet. Met dezelfde begroting van € 75.000,-. Echter niet meer met vier organisaties, maar wellicht 15 tot 25 organisaties. Toch verwachten we als samenwerkingsverband met dezelfde middelen minstens dezelfde resultaten en impact te verwezenlijken doordat iedereen eigen bestaande materialen, activiteiten, interventies en lopende programma's of projecten inbrengt in de campagne.

Het toetreden van nieuwe partners moet voor hen meteen iets concreets opleveren. Er wordt immers een investering van hen gevraagd in de vorm van actieve deelname aan de ontwikkeling van het Deltaplan, en om een rol te spelen in de campagne. Daarom hebben we het idee van een campagnefonds opgenomen in de begroting, waarbij er voor iedere nieuwe partner de mogelijkheid is om een extra budget aan te vragen voor een activiteit die zij als onderdeel van het Deltaplan gaan uitvoeren in de campagneperiode van 2019.

Ambitieuze begroting 2019

De minimale begroting is gebaseerd op de beschikbare gelden vanuit de Directie Emancipatie, maar het Deltaplan heeft de ambitie in zich om te groeien. En in 2019 is dat al te zien, met nieuwe partners die deelnemen aan de ontwikkeling van het Deltaplan en het uitvoeren van de campagne die daar onderdeel van is. Daarom is het ook onze ambitie om extra bronnen te vinden, binnen het ministerie van OCW, bij andere ministeries, bij specifieke regelingen en programma's. Maar ook bij particuliere fondsen en wellicht de Vereniging Nederlandse Gemeenten.

Hiertoe gaan we begin 2019 in gesprek met een aantal van deze partijen, hopelijk in samenwerking met de Directie Emancipatie. Daarbij zullen we kijken hoe ons Deltaplan aansluit op hun beleid, hun thema's en de problemen die zij tegenkomen. Daardoor kunnen we op maat een aanvraag schrijven over hoe ons Deltaplan daarop aansluit, in een taal die zij 'spreken', wat niet altijd de taal van de 'emancipatie' is.

Extra middelen die ingezet kunnen worden om nog meer tijd en energie te investeren in de ontwikkeling van het Deltaplan, door hier ook in de tweede helft van 2019 aandacht aan te blijven besteden en door te

bouwen aan een sterker fundament. Activiteiten die we anders ook zullen doen, maar dan wellicht pas in 2020, in de eerste helft van dat jaar.

Met meer middelen is het ook mogelijk om de campagne nog breder uit te rollen. Wellicht kan er dan een extra focus komen op een aantal steden of kan een groot event worden georganiseerd om de menukaart te presenteren, de markt.

Ambitieuze begroting ontwikkeling Deltaplan en Campagne		2019
Ontwikkeling Deltaplan 1e helft 2019		€ 50.000
Consultatie	Doorontwikkeling met nieuwe partners	€ 35.000
Aansturing	Stuurgroep	€ 5.000
Uitwerken Deltaplan	Concrete plan van aanpak	€ 10.000
Ontwikkeling Deltaplan 2e helft 2019		€ 50.000
Externe expertise	Ontwikkeling naam, stijl, Theory of Change etc.	€ 40.000
Nieuwe partners	Identificeren en betrekken	€ 5.000
Aansturing	Stuurgroep	€ 5.000
Campagne 2019		€ 310.000
Landelijke Campagne	Gezamenlijke campagneactiviteiten	€ 100.000
Campagnefonds	Beschikbaar campagnebudget nieuwe partners	€ 35.000
Menukaart	Publicatie en presentatie van menukaart	€ 10.000
Nationale Markt	Presentatie van partners en hun aanbod	€ 75.000
Stedelijke Campagnes	Focus op drie grote steden	€ 90.000
Algemene kosten		€ 40.000
Accountancy	Projectverantwoording	€ 20.000
Organisatiekosten		€ 20.000
Totaal (incl. BTW)		€ 450.000

Output

Met meer middelen is het mogelijk om de output te vergroten, zo hopen dat het lukt om naast de eerder genoemde output, ook dit te verwezenlijken:

- 15 tot 25 nieuwe potentiële partners identificeren die in 2020 kunnen aansluiten
- Nieuwe potentiële partners actief benaderen en voor hen een consultatie/lunchbijeenkomst organiseren in het laatste kwartaal van 2019. Vergelijkbaar met de bijeenkomst bij OCW in 2018.
- Plan de campagne inclusief basale Theory of Change en gezamenlijke naam en stijl voor het Deltaplan en het samenwerkingsverband.
- Nationale markt of beurs, om met de menukaart naar buiten te treden en stakeholders te ontmoeten
- Nationale campagne in 2019 met gezamenlijke campagnes in drie grote steden en lokale campagne-activiteiten door diverse partners.
- Meer ruimte in het campagnefonds voor de nieuwe partners

Bijlagen

Bijlage 1: Wat we nu al doen

Een inventarisatie van wat de vier initiatiefnemers nu al doen op dit thema.

Rutgers

- **Act4Respect** (Alliantie Gendergerelateerd Geweld):
 - Sociale-normcampagne
 - Deskundigheidsbevordering
 - Interventies voor risicogroepen
 - Kennishub
- **Ben je oké?** Positieve campagne in het uitgaansleven gericht op uitgaan leuk en veilig maken. Sluit ook aan bij 'Good Night Out', een externe campagne gericht op personeel in het uitgaansleven.
- **#MeToo-Beraad**
- **Lefgozers** Methodiek / interventie die nu op de plank ligt en ingezet kan worden
- **Make a move** Groepsinterventie ter preventie van ongewenst seksueel gedrag
- **Make a move +** Op maat voor LVB
- **Ken je grens** Individuele interventie ter preventie (ook van recidive)
- **Halt-afdoening bij sexting**
- **Internationale ervaring**

Movisie

- **Ik ben van mij** (We Can Young)
- **Alliantie Verandering van Binnenuit**
- **Alliantie Genderdiversiteit**
- **Diverse methodieken op gebied van huiselijk geweld en seksueel geweld**

Movisie als organisatie is actief in vele maatschappelijke domeinen waar het thema ook onder de aandacht gebracht kan worden.

Doetank PEER

- **Alliantie Verandering van Binnenuit**
- **Alliantie Genderdiversiteit**
- **No-nonsense happy activism** Activeren van mensen die wel iets willen, maar niet weten hoe, door wegnemen van drempels tot activisme en activering

Emancipator

- **Netwerk, advocacy, expertisebevordering** Thema's:
 - Arbeid & Zorg
 - Geweld & Veiligheid
 - Relaties & seksualiteit
 - Genderdiversiteit
- **White Ribbon Campagne**
- **IMAGINE**
- **Alliantie Genderdiversiteit**
- **Werk.en.de.Toekomst**
- **MenEngage Europe**

Bijlage 2: Overige potentiële partners en stakeholder

Op basis van een eerste analyse van hun eigen netwerken en het werkveld hebben de potentiële partners en stakeholders de volgende organisaties genoemd om te betrekken bij het Deltaplan. Sommigen eerst als 'doelgroep' binnen onze campagne, anderen als partners in het samenwerkingsverband:

- Platform Eer en Vrijheid
- COC Nederland
- OCW (andere afdelingen)
- Ministeries
- Rutgers (betrekken andere afdelingen)
- Movisie (betrekken andere afdelingen)
- SOA Aids NL
- Centrum Seksueel Geweld
- #MeToo-Beraad
- Consortium Zelfbeschikking
- WeCan Lefgozers
- Sense / GGD
- Vakbonden
- BIJ1
- Politieke Partijen
- The Transketeers
- Veilig Thuis
- Stichting School en Veiligheid
- Diversion
- Consent Matters
- Radboud Universiteit: Niels Spierings
- Nachburgemeester Amsterdam
- TransAmsterdam
- Sportbonden
- KNVB
- Vluchtelingenwerk Nederland
- Samenwerkingsverband Marokkaanse Nederlanders SMN
- Pharos
- Trias Pedagogica
- Vereniging Nederlandse Gemeenten
- Nationaal Rapporteur Mensenhandel en tegengaan van Kindermisbruik
- Nisa4nise
- Stichting meer kleur en kwaliteit (SMKK)
- Discriminatie Meldpunten
- Stichting Maruf
- VWS: Directie Publieke Gezondheid
- Opleidingen voor leraren, PABO
- Opleidingen voor Jongerenwerkers
- Opleidingen voor Hulpverleners
- Alliantie Genderdiversiteit
- Respet2Love
- OneWorld
- Critical Mass
- Zonta Den Haag
- Landelijk Aktie Komitee Scholieren (LAKS)

Bijlage 3: Theoretisch kader

Door transformatie van schadelijke normen rond mannelijkheid is grote winst te halen voor het welzijn en de gezondheid van vrouwen, kinderen, LHBTQI+'s, gender nonconforme mensen, en, *last but not least*, mannen zelf (Dworkin et al., 2015; Pulerwitz et al., 2010; Barker et al., 2007; Rutgers, i.v.). Daarnaast wordt ingezet op empowerment van jongeren, vrouwen en gemarginaliseerde groepen en het mainstreamen van seksuele en genderdiversiteit (Rutgers, i.v.).

Een gendertransformatieve benadering zet in op het vervangen van ongelijke genderrelaties om meer gendergelijkheid te bereiken. Dworkin schrijft bijvoorbeeld dat “[g]ender transformative approaches seek to reshape gender relations to be more gender equitable, largely through approaches that ‘free both women and men from the impact of destructive gender and sexual norms’” (Dworkin et al., 2015). Gendertransformatie wordt bereikt door

- het stimuleren van kritische reflectie op ongezonde, rigide en schadelijke gendernormen en machtsstructuren;
- het zichtbaar maken van de consequenties van schadelijke gendernormen en machtsrelaties voor iedereen in het genderspectrum; en
- het vervangen van schadelijke gendernormen door diverse, positieve gendernormen die uitgaan van gelijke rechten en mogelijkheden voor iedereen.

Een aantal inzichten over gender ligt aan de basis van deze ideeën over gendertransformatie:

- Gender is een sociale constructie, te betwisten en fluïde en bovendien verschillend per context.
- Gender is niet iets wat je bent, maar iets wat je doet.
- Gender beschrijft niet alleen wat het betekent om man of vrouw te zijn, het beschrijft vooral ook de relatie tussen de genderrollen van man en vrouw. Gender is een set van sociaal geconstrueerde genderrelaties.
- Gender zit verankerd in al onze sociale interacties en structuren.

Door mannen en vrouwen kritisch op gendernormen te laten reflecteren en ruimte te bieden voor gedrag buiten de strikte gendernormen, verandert het denken en doen van mannen en vrouwen en veranderen ook de gendernormen (Dworkin et al., 2015). Gendertransformatieve programma's geven mannen de ruimte om buiten de grenzen van hegemonische masculiniteit (ook wel de 'man box'² genoemd) te treden en hun eigen weg te gaan. De verschillende manieren waarop mannen dit al doen binnen een bepaalde setting dienen als belangrijk startpunt en inspiratiebron voor diverse vormen van positieve masculinities (Barker et al., 2007).

Gendernormen vormen voor een belangrijk deel hoe mannen en vrouwen denken en doen en met elkaar omgaan, en daarmee ook de sociale interacties en structuren van een samenleving. Gendernormen en ongelijke genderrelaties zijn verankerd in bijvoorbeeld onze media, (zorg)instellingen, onderwijs, cultuur, bedrijfsleven en beleid (Dworkin et al., 2015). Gendertransformatieve programma's maken daarom vaak gebruik van de ecologische benadering van Bronfenbrenner (Bronfenbrenner, 1979; CDC, 2015), waarin gender- en machtsrelaties op al deze niveaus tegelijk geadresseerd worden.



² Zie bijvoorbeeld de TEDtalk van Tony Porter: https://www.ted.com/talks/tony_porter_a_call_to_men/transcript).

In de literatuur zijn de volgende algemene werkzame elementen om gendernormen te transformeren gevonden:

- Betrek jongens en mannen als deel van de oplossing, niet als deel van het probleem (Barker et al., 2007; Pulerwitz et al. 2010, Rutgers i.v.).
- Empower jongeren, vrouwen en gemarginaliseerde groepen zodat zij een stem krijgen in hoe gendernormen vorm moeten krijgen (Marcus et al., 2014).
- Mainstream seksuele en genderdiversiteit in alle programma's, wees inclusief (Rutgers, i.v.).
- Focus op jongeren. In de puberteit vergroten de verschillen tussen jongens en meisjes. Door tegenwicht te bieden aan de heersende norm verruim je de mogelijkheden voor jongens om hun mannelijkheid vorm te geven (Pulerwitz et al., 2010).
- Heb oog voor de diversiteit binnen een groep jongens of mannen (of een groep meiden of vrouwen). Naast gender spelen ook factoren als opleidingsniveau, sociale en maatschappelijke positie, culturele en religieuze achtergrond, leeftijd enz. een rol (Dworkin et al., 2015; Rutgers, i.v.).
- Realiseer je dat sommige normen moeilijker te veranderen zijn dan andere. Focus in eerste instantie op veranderingen waarvoor draagvlak is (Pulerwitz et al., 2010; Marcus et al., 2014).

Op individueel en interpersoonlijk niveau

Werkzame elementen van groepsprogramma's voor jongens en mannen (Barker et al., 2007; Pulerwitz et al., 2010):

1. Creëer bewustzijn over de gendernormen die bestaan voor mannen/jongens en meiden/vrouwen door ze te onderzoeken en te bevragen.
2. Betrek mannen bij het kritisch bekijken van genderrollen. Laat hen reflecteren op hoe zij zelf vormgeven aan mannelijkheid en de gevolgen hiervan voor henzelf en de mensen in hun omgeving.
3. Bedenk gezamenlijk hoe gezonde en gelijkwaardige vormen van mannelijkheid eruit kunnen zien. Laat mannen en jongens zelf alternatieve, positieve vormen van mannelijkheid bedenken. Bouw hierin voort op de positieve dingen die jongens en mannen al doen en benadruk dat er diverse manieren zijn om man te zijn.
4. Vergroot de vaardigheden van jongens en mannen om anders te denken en te doen. Maak jongens en mannen weerbaar voor groepsdruk en versterk ze in het kiezen van hun eigen weg. Spreek samen af hoe je elkaar kunt ondersteunen om af te kunnen wijken van de norm.
5. Combineer het programma met activiteiten in de community. Vergroot de duurzaamheid van het effect van de groepsprogramma's met een campagne om ook sociale normen te beïnvloeden in de leefwereld van de deelnemers. Door de deelnemers zelf de opdracht te geven een campagne te maken, sla je twee vliegen in een klap: je geeft deelnemers een actieperspectief, wat hun motivatie vergroot, en je hebt een campagneconcept dat past bij de leefwereld van de doelgroep die je wil bereiken (Cense et al., 2016).
6. Train begeleiders in gendertransformatief werken. Een interventie staat of valt met de kundigheid van de begeleider van het programma. Veiligheid kunnen waarborgen in de groep, onbevooroordeeld zijn en openstaan voor de verhalen van de deelnemers zijn hierin belangrijke elementen (Cense et al., 2016).

Op instellingsniveau

Dit gaat over scholen, instellingen voor jeugdzorg en gehandicaptenzorg, en andere instituties die van invloed zijn op de vorming van jongens. Deskundigheidsbevordering van leerkrachten, zorgprofessionals, beleid in scholen en instellingen zijn allemaal van belang om de interventies op individueel niveau enerzijds en de campagnes op sociaal/cultureel niveau te versterken. Een leerkracht die met een lespakket de gendertransformatieve boodschap overbrengt, versterkt die boodschap als hij zelf een voorbeeld is, en een zorgprofessional heeft meer effect als hij of zij gesteund wordt door beleid in de instelling.

- Zorg voor structureel onderwijs in de beroepsopleidingen
- Motiveer instellingen en scholen om beleid te hebben op dit gebied

Op gemeenschapsniveau: maatschappelijk en cultureel niveau

Creëer goed onderbouwde interventies die aansluiten bij de leefwereld van de doelgroep die je wilt bereiken (Barker et al. 2007; Pulerwitz et al., 2010):

- Gebruik een positief startpunt: benader jongens en meiden als agents of change en niet als dader of slachtoffer.
- Stimuleer kritische reflectie op negatieve en rigide gendernormen en seksuele normen.
- Laat urgentie zien: wat kost het jou en de mensen om je heen om aan gendernormen te voldoen?
- Zet nieuwe, positieve normen neer: wat levert ander gedrag en anders denken over gender op? Hoe ziet dat eruit? Welke rolmodellen doen/denken al zo?
- Sluit aan bij de doelgroep die je wilt bereiken: creëer de campagne samen met de doelgroep en bouw voort op wat hen beweegt om te veranderen.
- Ontmasker schadelijke normen waarvan iedereen denkt dat die breed gedragen worden, wat in werkelijkheid niet zo is (Marcus et al., 2014).

Op beleidsniveau

Beleid dat gendertransformatie ondersteunt met middelen en regelgeving is cruciaal, zowel op overheidsniveau als bij zorg- en onderwijsinstellingen. Aandachtspunten voor een gendertransformatief beleid zijn (IPPF, i.v.):

- Duidelijke beleidsmaatregelen om discriminatie en ongelijke kansen op grond van gender te voorkomen, zoals bijvoorbeeld het partnerverlof (in de media meestal vaderschapsverlof genoemd).
- Structureel budget voor programma's rond gender en gendergelijkheid op alle niveaus (nationaal, lokaal en institutioneel).
- Monitoring van de positie van jongeren, vrouwen en gemarginaliseerde groepen en jaarlijkse publicatie van data over emancipatie.
- Vaste structuren faciliteren om samen te werken met het maatschappelijk middenveld om gendergelijkheid te promoten en verder te brengen.

Randvoorwaarden

- Werk intersectioneel
- Zorg voor en sluit aan bij een sterke vrouwen- en LHBTQI+-beweging
- Schaal programma's op. Gendernormen doorbreken is een lastig en langdurig proces en vraagt om programma's die langdurig breed ingezet worden. Kortlopende programma's met een beperkt bereik leveren wellicht voor de mensen die meedoen verandering op, maar leiden niet tot het duurzaam doorbreken van gendernormen in het algemeen. Zet daarom vanaf het begin in op duurzame programma's (Barker, 2007/ <http://promundoglobal.org/2016/12/08/gender-equality-wont-achieved-small-scalework/>).
- Mainstream gendersensitieve en gendertransformatieve benaderingen. Maak zoveel mogelijk programma's, campagnes, zorg, educatieprogramma's, materiaal en regelgeving gendersensitief of gendertransformatief. Alles wat niet gendersensitief of gendertransformatief is, bevestigt de status quo en dus de traditionele genderrelaties en gendernormen (Dworkin et al., 2015).

Bijlage 3: Literatuuroverzicht

Bijlage 3: Literatuuroverzicht

Adichie, C.N. (2016). *We moeten allemaal feminist zijn*. Amsterdam: De Bezige Bij.

Barker, G., Ricardo, C., & Nascimento, M. (2007). *Engaging Men and Boys in Changing Gender-based Inequity in Health: Evidence from Programme Interventions*. Geneva: WHO.

Berlo, W. van & Twisk, D. (2017). Seksueel geweld en seksuele grensoverschrijding. In H. de Graaf & C. Wijsen (Red.), *Seksuele gezondheid in Nederland 2017* (pp. 88-98). Delft: Eburon.

Blécourt, K. de (2017). *Gendernormen transformeren: Leren van internationale gendertransformatieve programma's*. Alliantie Genderdiversiteit 2017.

Bronfenbrenner, U., (1979). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. Cambridge, MA: Harvard University.

Dworkin, S.L., Fleming, P.J., & Colvin, C.J. (2015). The promises and limitations of gendertransformative health programming with men: critical reflections from the field. *Culture, Health & Sexuality: An International Journal for Research, Intervention and Care*, DOI: 10.1080/13691058.2015.1035751.

European Union Agency for Fundamental Rights (FRA) (2014). *Violence against women: an EU-wide survey Main results*. Luxemburg: FRA.

Levack, A. & Greene, M.E. (2010). *Synchronizing Gender Strategies: A Cooperative Model for Improving Reproductive Health and Transforming Gender Relations*. - Washington: Interagency Gender Working Group: USAID, Population Reference Bureau, EngenderHealth.

Marcus, R. & Harper, C. (2014). *Gender justice and social norms – processes of change for adolescent girls*. Overseas Development Institute (ODI).

Pulerwitz, J., Michaels, A., Verma, R., & Weiss, E. (2010). Addressing gender dynamics and engaging men in HIV programs: Lessons learned from Horizons research. *Public Health Reports*, vol. 125, 282-292.

Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*, 5^e editie. New York: Free Press.

Rutgers (in voorbereiding). *Manual Gender Transformative Approach*.